



無断転載・複製禁止

秋田県観光DMPLレポート

秋田県観光戦略課
2025.3 - 2025.5 春季分析

秋田県観光DMPレポートについて

2025年3月1日～2025年5月31日 春季分析編

データで描く、秋田の宿の未来地図

これまで宿泊業の経営は、長年の「経験」と「勘」に支えられてきました。しかし、旅行者のニーズが多様化し、予約のデジタル化が進む現代において、「データ」という客観的な羅針盤を持つことは、経営の安定と収益の最大化に不可欠です。本レポートは、県が運用する「秋田県観光DMP」の膨大なデータから、皆様の明日の集客・単価アップ・業務効率化に直結するヒントを抽出したものです。

本レポートを支える「3つのデータエンジン」



旅行者データ 分析システム

「関心」の所在を知る
旅行前：何に興味を持ち、何を調べているか

- 県公式HP「アキタファン」PV
- SNS（Facebook等）反応数
- 検索キーワード分析



広域データ 分析システム

「移動」の実態を知る
旅行中：どこから来て、どこへ移動したか

- エリア別 来訪者数
- 来訪者の居住地分析
- 人気立ち寄りスポット



宿泊データ 分析システム

「予約」の構造を知る
結果：いつ、誰が、いくらで宿泊したか

- 日別宿泊者数トレンド
- 予約リードタイム
- 客単価・旅行形態

▼ 3つのデータを統合・分析 ▼

秋田県観光DMPレポート（宿泊事業者様向け 経営支援資料）

本レポートの歩き方

データの見方と経営への活かし方

第1部：集客 の入り口 (関心・動態 データ)

旅行前～旅行中の動きを分析。「誰に」「何を」アピールすべきかが見えます。

1 **Web・SNSデータ (PV数・人気投稿)**
●**ネタ作り**：「今、何が検索されているか」を知り、自社SNSの発信内容を調整する。(例:夏祭り情報の検索増→会場へのアクセスを訴求)



2 **来訪者数・居住地 (GPS動態)**
●**ターゲット選定**：自分のエリアには「どの県」から人が来ているかを知り、Web広告の配信地域を絞り込む。

3 **人気立ち寄りスポット**
●**周遊提案**：顧客が「他にどこに寄っているか」を知り、その施設と連携したプランや、モデルコースの提案を行う。

活用イメージ

「Webデータで『桜』の検索が増えているから、関東からの来訪者向けに『角館・千秋公園』の開花予想や、春の味覚情報をSNSにアップして予約につなげよう！」

第2部：収益 の最大化 (宿泊実績デ ータ)

実際に予約に至った結果を深掘り。販売管理（レベニューマネジメント）の核心です。

4 **宿泊統計・稼働率 (観光庁統計)**
●**立ち位置確認**：県全体の平均と自社を比較し、「市場全体が悪いのか、自社だけが悪いのか」を客観視する。

5 **日別宿泊者傾向 (需要の波)**
●**シフト管理**：混雑日は「高単価・人員増」、閑散日は「販促強化・人員調整」を行う。



6 **居住地別 宿泊傾向 (近隣/遠方)**
●**プラン造成**：近隣県利用が多いなら「直前割・ドライブ」、遠方なら「早割・交通セット」など、距離に応じたプランを作る。

7 **予約時期 (リードタイム)**
●**販売タイミング**：「いつ予約が入るか」を知り、早割の終了時期や直前割の開始時期を最適化する。

8 **単価層別 傾向 (価格受容性)**
●**適正価格**：エリアの相場観を知り、「安売りしすぎているか」「高すぎて選ばれていないか」を見直す。

9 **旅行形態別 (ソロ/家族/グループ)**
●**商品造成**：一人客が多いなら「夕食・晩酌セット」、ファミリーなら「子供料金設定」など、客層に合った商品を作る。

Web・SNS関心度分析

対象期間：2025年3月～2025年5月（春季）

データ出典：旅行者データ分析システム



閲覧者の居住地

Webサイト閲覧地域

※県公式ウェブサイトアキタファンの閲覧実績

西日本・遠方からの関心が急増（前年比+52%）

関東	<div style="width: 347%;"></div>	347k	+9%
関西・中国・四国	<div style="width: 117%;"></div>	117k	+52%
秋田県	<div style="width: 89%;"></div>	89k	+6%
東北(県外)	<div style="width: 84%;"></div>	84k	+35%
北海道	<div style="width: 68%;"></div>	68k	+43%
中部	<div style="width: 67%;"></div>	67k	+40%



人気Webサイト

サイト別PV数

「旅するかづの」が好調（+42%）。全体的にアクセス増。

アキタファン	<div style="width: 800%;"></div>	800k	+23%
田沢湖角館観光	<div style="width: 724%;"></div>	724k	+14%
男鹿なび	<div style="width: 154%;"></div>	154k	-28%
旅するかづの	<div style="width: 71%;"></div>	71k	+42%
秋田犬ツーリズム	<div style="width: 22%;"></div>	22k	+35%



SNSトレンド（Facebook人気投稿）

リーチ数 Top 5

※県公式Facebookあきたビジョンの閲覧実績

1

雄大な米代川をゆったりと下る～米代川カヌー～

初心者も安心のインストラクター指導付き。道の駅ふたついででは予約不要の手軽な45分「プチカヌー」も体験可能です。

5/15 リーチ: 59,033 #ニツ井 #カヌー

2

いよいよ山開き！～駒ヶ岳～

6月1日にいよいよ山開き。仙北市のシンボルである駒ヶ岳は、山頂からの眺望だけでなく登山道の豊かな自然も魅力です。

5/16 リーチ: 54,037 #仙北市 #登山

3

歴史の語り手～文化財 脇本城跡～(VR/AR)

男鹿市の穴場ビュースポット。3月に完成したVR/ARを活用し、美しい緑の中に隠れた中世の遺構を鮮明に体験できます。

5/17 リーチ: 51,460 #男鹿市 #史跡

4

謎解きしながら東北を旅しよう！～TOHOKU QUEST～

東北6県・全60か所の観光地を巡る謎解きゲーム。クエストのキーワードからスポットを探し出し、楽しみながら周遊できます。

5/18 リーチ: 29,638 #周遊 #謎解き

5

今年も豊作になりますように～檜岡さなぶり酒花火～

みなさん「さなぶり」って何かわかりますか？「さなぶり」とは、田植えを終えたお祝いのごちそう。檜岡さなぶり酒花火は、大仙市の南外地域で毎年開かれ、おいしいお酒を飲みながら花火を楽しむ恒例行事になっています。打ち上げ花火を見ながら、地元の酒蔵による...

5/31 リーチ: 8,900 #大仙市 #花火

データ活用アドバイス

分析結果に基づく具体的なアクションプラン

⚡ データから読み解く 宿泊事業者様への提言

1. 「西日本・遠方客」を取り込む長期滞在プラン

居住地別データで「関西・中国・四国（+52%）」や「北海道（+43%）」からの閲覧が急増しています。遠方からの旅行者は宿泊日数が長くなる傾向があります。連泊割引や、航空券とセットになったプランの訴求、または秋田空港からの二次交通（レンタカー・シャトルバス）を含めたアクセス情報の充実が予約獲得の鍵となります。

2. 「体験・アクティビティ」で新緑シーズンを売る

SNSでは5月中旬の「米代川カヌー」「駒ヶ岳山開き」といったアウトドア体験への反響が非常に大きくなっています。桜シーズン後の集客として、単なる宿泊だけでなく、近隣の「自然体験」や「トレッキング」と連携したプラン作りを推奨します。道具のレンタル付きプランなどは初心者層（SNS反応層）に響きます。

3. デジタルコンテンツ（VR/AR）との連携活用

「男鹿なび」のアクセスが減少する一方、SNSでは男鹿市の「脇本城跡（VR/AR活用）」が高いリーチ（5.1万）を記録しています。潜在的な関心は高いため、宿のホームページやSNSで地域の最新観光コンテンツ（VR体験や謎解きイベントなど）を積極的に紹介し、エリアへの来訪動機を喚起することで、宿泊需要の掘り起こしを図りましょう。

秋田県 観光動態・スポット分析レポート

2025年春季（3月～5月）

県内延べ来訪者数（3-5月合計）

2,084.5 万人

前年同期比

-10.3%

(前年: 2,322.9万人)

1. 月別来訪トレンド（3～5月）

例年ピークとなる4月（観桜期）が約774万人で最大。3月は低調でしたが、4-5月の行楽シーズンにかけて増加する春特有の波形を示しています。



2. 来訪者構成（県内 vs 県外）



県外客の動向:

県外客のシェアは約15%。
東北近隣客が前年比-14%と落ち込む一方、北海道(+6%)や遠方客は比較的堅調です。

3. エリア別 来訪状況（詳細分析）

全エリアで前年割れも、「大仙・美郷」は-5%と減少を抑制。一方、海沿いの「男鹿」「由利・にかほ」は減少幅が大きく、天候やイベント集客の影響が推測されます。

エリア名	来訪規模 (万人)	前年比	来訪数
秋田・南秋		-9%	1,016万
横手		-10%	158万
由利・にかほ		-15%	154万
能代・山本		-11%	150万
大館・北秋田		-11%	144万
仙北		-14%	132万
大仙・美郷		-5%	110万
鹿角		-9%	99万
湯沢・雄勝		-10%	70万
男鹿		-19%	48万

ANALYSIS エリア別動向のポイント:

「仙北」エリアは前年比-14%ですが、4月単月では51万人を集客し、桜シーズンの強さは健在です。「大仙・美郷」は減少幅が-5%と最小で、底堅い需要があります。「男鹿」は-19%と苦戦しており、春季の誘客コンテンツ強化が課題といえます。

4. ターゲット別 人気スポットランキング（2025春）

東北居住者（近隣・ショートステイ）

No	スポット名	来訪数 (万人)	前年比
1	秋田駅	142.6	-11%
2	秋田竿燈まつり会場	71.1	-7%
3	秋田市立千秋美術館	47.9	-9%
4	秋田県立美術館	43.8	-13%
5	天然温泉ホテルこまち	40.9	+1%
6	秋田市民市場	36.8	-15%
7	秋田まるごと市場	34.8	-6%
8	華のゆ（健康ランド）	31.9	-1%

※生活圏内の移動が中心。市場・温泉・駅周辺の実益施設が上位。

関東居住者（観光・ロングステイ）

No	スポット名	来訪数 (万人)	前年比
1	秋田駅	11.6	+1%
2	秋田市立千秋美術館	5.1	+18%
3	角館の桜まつり会場	2.5	-1%
4	大曲駅	2.1	±0%
5	秋田竿燈まつり会場	2.1	-24%
6	秋田県立美術館	1.9	-7%
7	角館榊細工伝承館	1.9	-5%
8	華のゆ（健康ランド）	1.8	-1%

※「千秋美術館」が+18%と急増。「角館」など季節観光地も堅調。

5. 居住地別 来訪者数詳細

上位エリア（減少傾向）	大都市圏（微減～維持）	注目エリア（増加）
秋田県内 1,763万 (-10%)	関東 104万 (-5%)	北海道 11万 (+6.2%)
東北(県外) 162万 (-14%)	関西・中四国 21万 (-1%)	九州・沖縄 4.5万 (+2.2%)

6. 宿泊事業者様への具体的アクション

【対 東北・近隣客】 「日常の延長にある贅沢」

ショートステイ需要が主軸です。市場や温泉など「いつもの場所」に付加価値をつける提案が有効。
例：「市場直送の朝食付きプラン」「仕事終わりの温泉&夕食付きステイ」など、手軽なリフレッシュを訴求。

【対 関東・遠方客】 「春のアート&カルチャー旅」

「角館の桜」に加え、「美術館」への関心が高まっています（千秋美術館+18%）。
桜とアートを巡るモデルコースの提示や、雨天時でも楽しめる文化施設へのアクセスマップ配布などが満足度向上に繋がります。

宿泊旅行統計・客室稼働率

データ出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」（速報値を含む）

延べ宿泊者数の推移（秋田県全体）

春季(3-5月) 総宿泊者数

66.8万人

前年同期比

92.6% (▲7.4%)

※昨年の72.2万人から約5.4万人の減少となりました。

(単位: 万人)

2024年(昨年) 2025年(今年)



宿泊施設タイプ別 客室稼働率

施設タイプ (単位:%)	3月	4月	5月
旅館	25.3% (+0.5)	31.8% (▲3.6)	39.4% (▲4.5)
リゾートホテル	23.8% (▲11.6) 需要が大幅に減少	41.4% (+0.3)	42.4% (▲6.5)
ビジネスホテル	61.9% (▲2.1)	63.2% (▲7.3)	66.0% (▲5.1)
シティホテル	42.8% (+3.0) 前年より好調	44.8% (▲0.9)	48.8% (+5.0) 前年より好調

分析レポート&アドバイス

1. 春季全体の需要減と4月の課題

3月から5月の全期間において宿泊者数が前年を下回りました。特に**4月の落ち込み(前年比▲11.1%)**が顕著です。桜の開花状況やGWの日並び等の影響も考えられますが、季節イベントに依存しない集客の柱作りが急務です。来期に向けては、4月の平日稼働を底上げする「春の特別プラン」等の早期展開が推奨されます。

2. 「シティホテル」の健闘と差別化

全体的に苦戦する中、シティホテルは**3月(前年比+3.0ポイント)および5月(同+5.0ポイント)で稼働率が増加**しました。都市部でのイベント需要の取り込みや、付加価値の高い滞在プランが選ばれている可能性があります。他業態においても、単なる「泊まるだけ」ではない価値提案が重要になっています。

3. リゾートホテルの変動対策

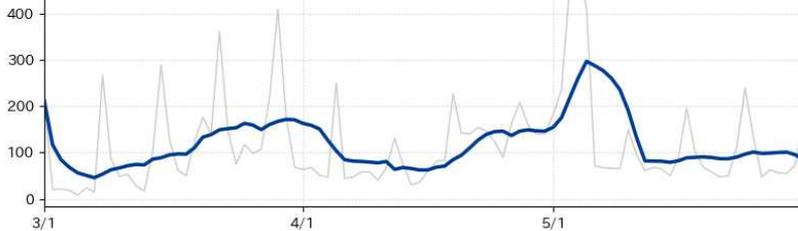
リゾートホテルは3月に**稼働率が前年比11.6ポイント低下**と大きく落ち込みましたが、4月は前年並みを維持しました。月ごとの需要変動が大きくなっています。春休みシーズン(3月)のファミリー層取り込みに向けた「早期予約特典」や「体験型プラン」の強化で、ベースとなる予約を早めに確保する戦略が必要です。

日別宿泊傾向（需要の波） - 2025春季

対象期間：2025年3月1日～5月31日 | 出典：宿泊データ分析システム

【凡例】灰色線：日次実績 / 青太線：トレンド（7日移動平均）

1 鹿角エリア



【分析メモ】

■ 期間実績

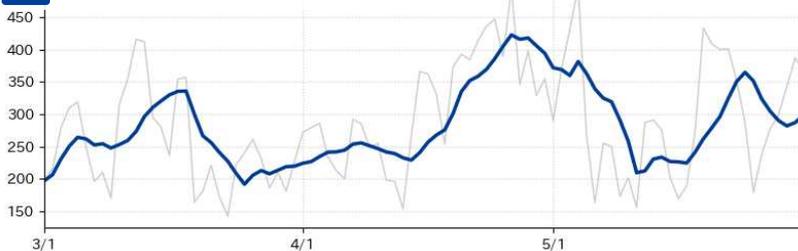
合計：10,901泊 / ピーク：5/4

■ 傾向と対策

期間を通じて安定した需要で推移。

4月中旬の「八幡平アスピーテライン」開通からGWにかけてドライブ客が増加します。雪の回廊や温泉をフックに早めの予約獲得を目指しましょう。

2 大館・北秋田・小坂エリア



【分析メモ】

■ 期間実績

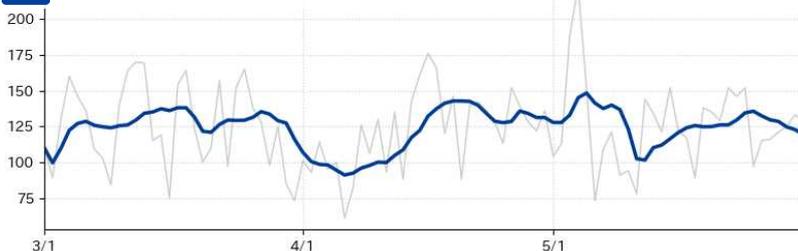
合計：26,371泊 / ピーク：5/4

■ 傾向と対策

期間を通じて安定した需要で推移。

「桂城公園」の桜や秋田犬ツーリズムなど春はファミリー層が動きます。GWに向け、小坂鉄道レールパーク等と連携した周遊プランも効果的です。

3 能代・山本エリア



【分析メモ】

■ 期間実績

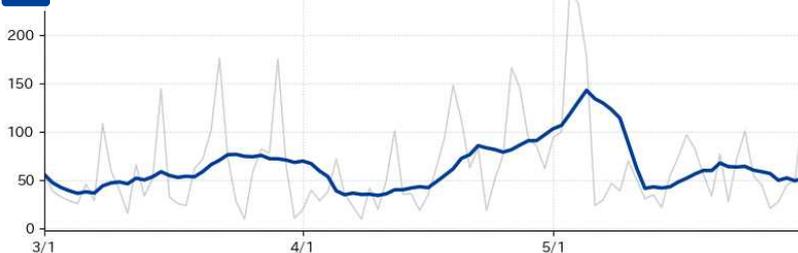
合計：11,460泊 / ピーク：5/4

■ 傾向と対策

期間を通じて安定した需要で推移。

「能代公園」の桜や「きみまち阪」など花見需要が4月の鍵。5月以降は白神山地の山開きを控え、ガイド付きプランなどの造成準備をお勧めします。

4 男鹿エリア



【分析メモ】

■ 期間実績

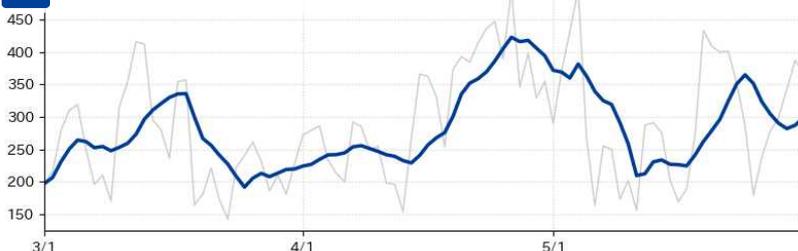
合計：5,968泊 / ピーク：5/3

■ 傾向と対策

期間を通じて安定した需要で推移。

GWは「男鹿水族館GAO」等へ向かう家族連れで最大ピークを迎えます。お子様連れ歓迎プランや夕食グレードアップ提案を強化しましょう。

5 秋田・南秋エリア



【分析メモ】

■ 期間実績

合計：26,371泊 / ピーク：5/4

■ 傾向と対策

期間を通じて安定した需要で推移。

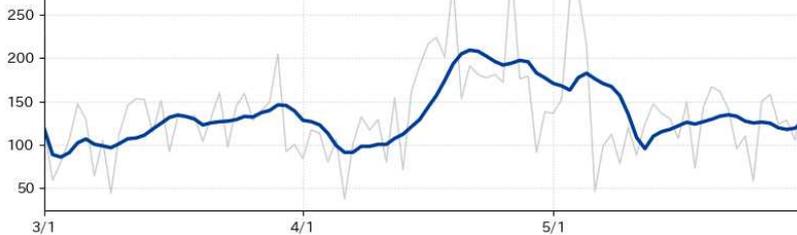
「千秋公園」桜まつり期間は市内への人流が急増します。歓送迎会後のビジネス需要と観光客の両取りを意識し、Web発信を強めましょう。

日別宿泊傾向（需要の波） - 2025春季

対象期間：2025年3月1日～5月31日 | 出典：宿泊データ分析システム

【凡例】灰色線：日次実績 / 青太線：トレンド（7日移動平均）

6 大仙・美郷エリア



【分析メモ】

■ 期間実績

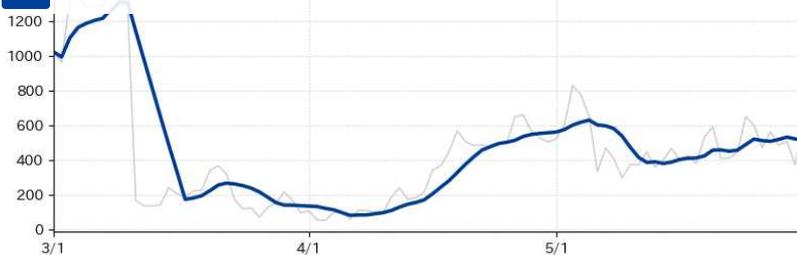
合計：12,487泊 / ピーク：4/26

■ 傾向と対策

期間を通じて安定した需要で推移。

4月下旬の桜に加え「大曲の花火 春の章」開催時は突発的な需要が発生します。イベント日程を注視し、直前予約の取りこぼしがないよう管理徹底を。

7 仙北エリア



【分析メモ】

■ 期間実績

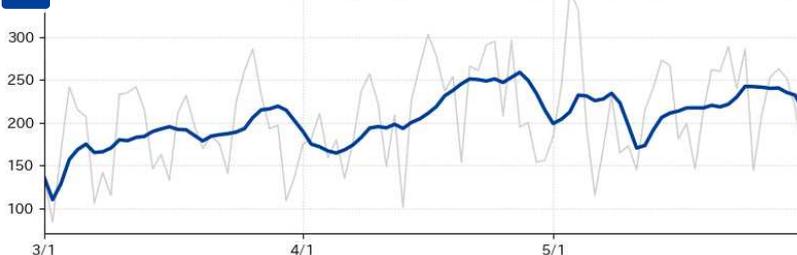
合計：41,244泊 / ピーク：3/8

■ 傾向と対策

3月の年度末需要が高く、その後は安定推移。

春の最重要商戦。「角館の桜」が見頃の4月下旬は予約が殺到します。GW前半までの高単価設定や、混雑を避けた早期・夜桜プランの提案を。

8 横手エリア



【分析メモ】

■ 期間実績

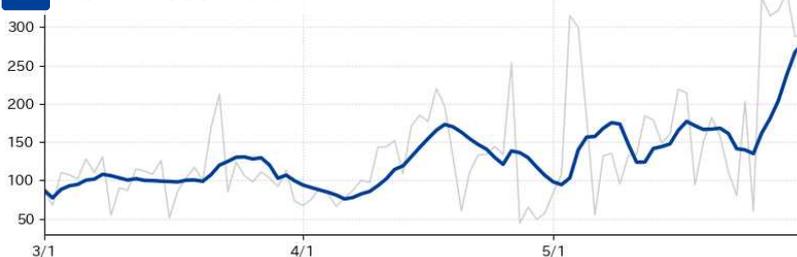
合計：19,040泊 / ピーク：5/3

■ 傾向と対策

期間を通じて安定した需要で推移。

「横手公園」の桜や「増田の蔵」など歴史散策需要が期待できます。GWは県南周遊の拠点として選ばれやすいため、連泊プランの訴求が有効です。

9 湯沢・雄勝エリア



【分析メモ】

■ 期間実績

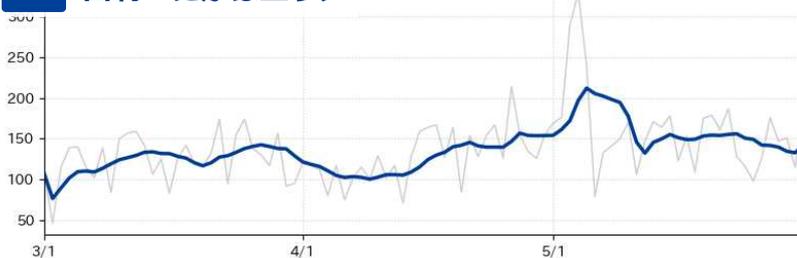
合計：12,545泊 / ピーク：5/29

■ 傾向と対策

後半（GW）にかけて需要が急拡大。

雪解けと共に「小安峡大噴湯」など自然観光が本格化します。春の山菜料理や温泉など、季節感のあるコンテンツをSNS等で発信し誘客へ。

10 由利・にかほエリア



【分析メモ】

■ 期間実績

合計：12,705泊 / ピーク：5/4

■ 傾向と対策

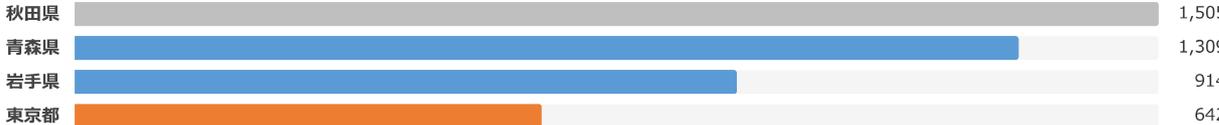
期間を通じて安定した需要で推移。

早咲きの「勢至公園」の桜や「鳥海山ブルーライン」開通が春の目玉。ドライブ需要を取り込むため、駐車場情報の明記やマップ配布が喜ばれます。

■ 県内 ■ 近隣（東北） ■ 遠方（関東他）

1. 鹿角エリア

特徴：北東北・周遊型



POINT 青森・岩手からの流入が非常に多く、秋田県内需要に迫る勢いがある。春季は北東北3県の周遊ルート上の宿泊拠点として機能しており、隣県との連携キャンペーンが有効。

2. 大館・北秋田・小坂エリア

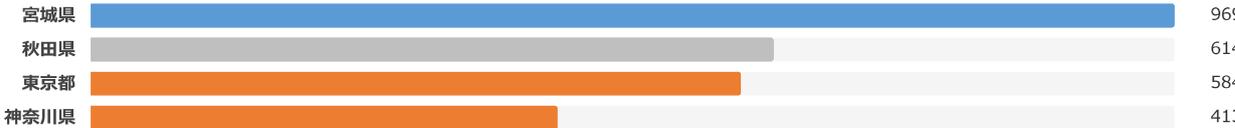
特徴：特定団体需要型



POINT 岡山県からの宿泊が突出して1位となっており、特定の大型団体（教育旅行やスポーツ大会等）の影響が強く見られる。一過性に終わらず、再来訪を促す仕組み作りが課題。

3. 能代・山本エリア

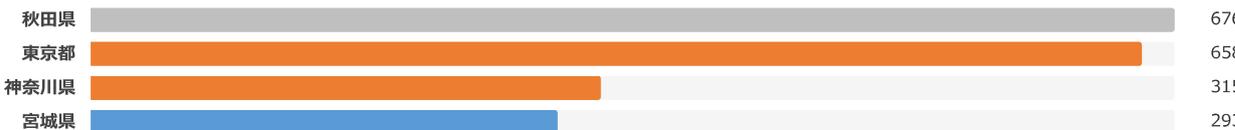
特徴：宮城・県内型



POINT 宮城県が1位。県内客がそれに続く形。春の行楽シーズンにおいて、南東北および首都圏からの一定の流入が見られる。自然景観等の資源を活かした誘客が安定している。

4. 男鹿エリア

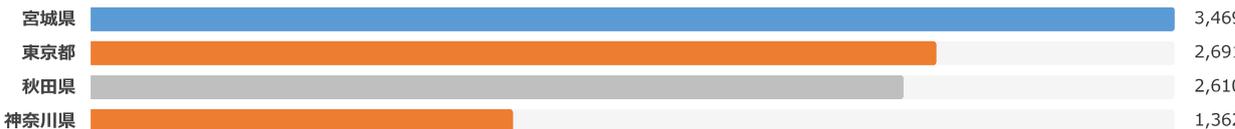
特徴：県内・首都圏競合型



POINT 県内客と東京客がほぼ同数でトップを争っている。春の観光需要として、首都圏からの人気が根強いことがわかる。男鹿半島の景勝地としてのブランド力が維持されている。

5. 秋田・南秋エリア

特徴：都市部交流型



POINT 仙台（宮城）と東京という二大都市圏からの流入が圧倒的に多い。ビジネス需要に加え、春の大型連休等の観光需要も取り込んでいる。県都として広域アクセスの良さが強み。

6. 大仙・美郷エリア

特徴：近隣・首都圏バランス

宮城県	792
秋田県	738
東京都	662
神奈川県	348

POINT 宮城、県内、東京の3者による利用が拮抗している。GW期間の帰省や花見等、多様な動機での宿泊が推測される。特定の地域に依存しないバランスの取れた客層構成。

7. 仙北エリア（田沢湖・角館）

特徴：桜シーズン広域型

宮城県	7,555
北海道	5,222
東京都	4,872
神奈川県	2,205

POINT 角館の桜シーズン等の影響か、宮城県からの流入が極めて多い。また北海道が2位に入っているのが特徴的で、フェリーや新幹線を経由した春の東北周遊ルートの宿泊地となっている。

8. 横手エリア

特徴：南東北交流型

宮城県	1,571
秋田県	1,115
東京都	538
神奈川県	451

POINT 宮城県が1位、県内が2位と、南東北および県内からのアクセス拠点として機能している。首都圏からの割合は比較的低く、近隣県との交流人口拡大がカギとなるエリア。

9. 湯沢・雄勝エリア

特徴：宮城圧倒・隣県型

宮城県	2,992
秋田県	2,049
東京都	1,169
青森県	787

POINT 宮城県からの宿泊数が約3,000人と圧倒的。地理的な近さと国道利用による流入が多い。春季は県内客の利用も堅調で、地元・近隣の需要に支えられている。

10. 由利・にかほエリア

特徴：県内需要・周遊型

秋田県	1,303
宮城県	869
東京都	609
神奈川県	367

POINT 県内客が最も多く、地域内での宿泊消費がベースとなっている。次いで宮城・東京からの利用が続く。春の行楽シーズンにおける沿岸部の周遊拠点としての役割を果たしている。

【総括：2025年春季】

春季（3～5月）は「宮城県」からの流入が県全体で顕著であり、特に仙北・秋田市・県南エリアで強力な需要源となっている。また、仙北エリアでの北海道客の増加や、大館エリアでの特定県（岡山）の突出など、桜観光や教育旅行・団体等に起因すると見られる特異な動きも確認された。全体としては近隣県との周遊連携がカギとなるシーズンである。

宿泊予約時期（リードタイム）

対象期間：2025年3月～2025年5月 春季分析

出展：宿泊データ分析システム

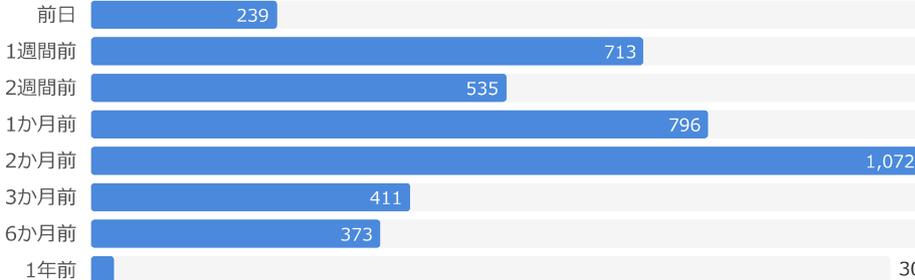
秋田県内10エリアにおける春季（3月～5月）の宿泊予約タイミング（リードタイム）を集計しました。
※グラフは傾向を把握しやすくするため、予約時期が不明なデータを除外した実数ベースで作成しています。
桜の季節やゴールデンウィークに向けた予約ピーク時期を把握し、早期プランや直前対策にご活用ください。

1. 鹿角エリア

📌 一読メモ

【早期需要が鍵】

2か月前の予約が最も多く、八幡平アスピーテライン開通やGWを見越した早期予約が中心です。雪解けシーズンに向け、早めのプラン提示が有効です。

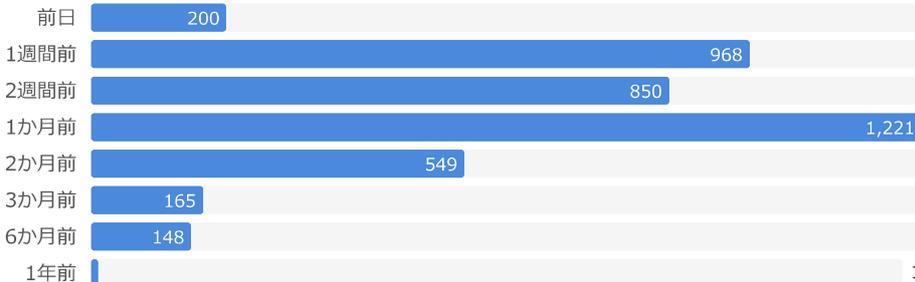


2. 大館・北秋田・小坂エリア

📌 一読メモ

【1か月前がピーク】

1か月前の予約数が最多で、直前よりも計画的な予約が目立ちます。GWや春の行楽シーズンに向け、1か月前のタイミングでの情報発信強化が効果的です。

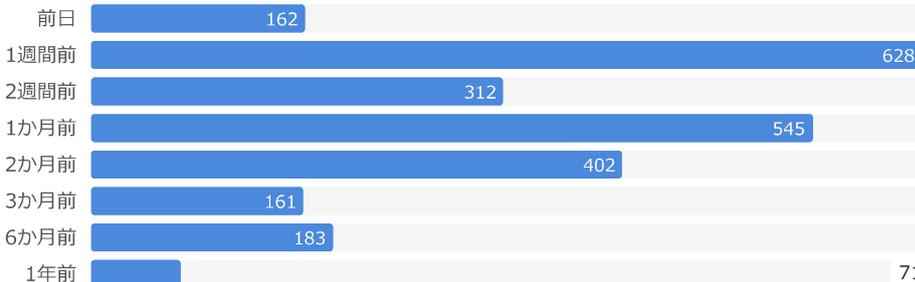


3. 能代・山本エリア

📌 一読メモ

【直前需要が突出】

1週間前の予約が最も多く、天候や桜の開花状況を見極めてからの予約傾向が見られます。直前割や「週末空きあり」等のSNS発信が推奨されます。

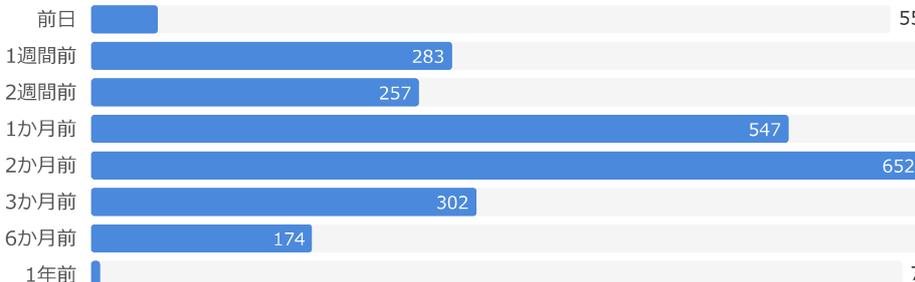


4. 男鹿エリア

📌 一読メモ

【GWに向けた早期型】

2か月前がピークで、GWに向けた早期予約傾向が顕著です。男鹿水族館GAOや春のイベントに合わせ、ファミリー層へ早めのアプローチが重要です。

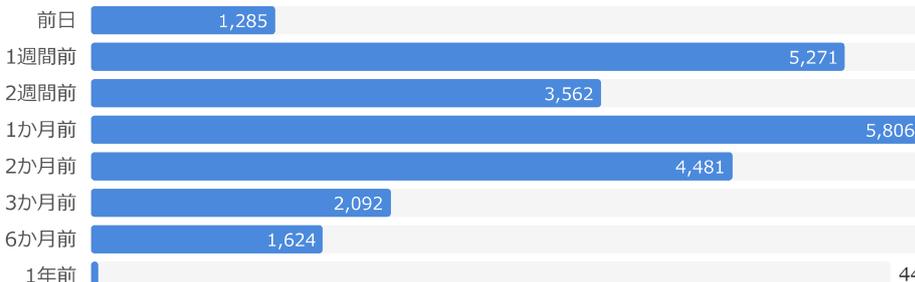


5. 秋田・南秋エリア

📌 一読メモ

【1か月前と直前の二極化】

1か月前がピークですが、1週間前も5,000件超と非常に多いです。ビジネスや千秋公園の桜まつり等の需要で、直前予約も活発なエリアです。



宿泊予約時期（リードタイム）

対象期間：2025年3月～2025年5月 春季分析

出展：宿泊データ分析システム

(2ページ目) 県南・由利エリアのデータです。

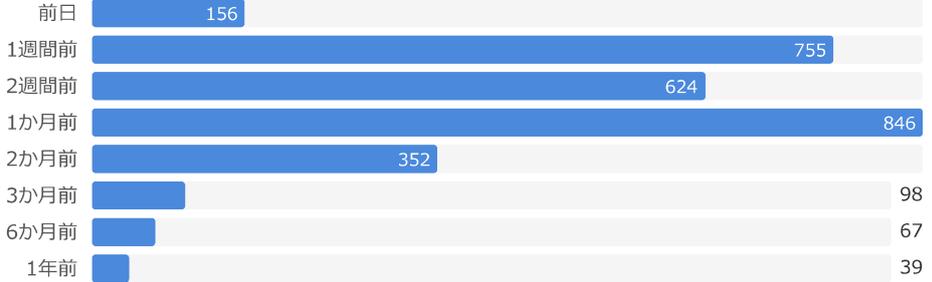
「角館の桜」など強力な観光資源があるエリアでは、半年以上前からの超早期予約も見受けられます。

6. 大仙・美郷エリア

🔦 一コマモ

【1か月前中心の計画型】

1か月前の予約がピークです。「大曲の花火 春の章」やGWの帰省需要などが影響していると考えられます。1か月前の販促に注力しましょう。

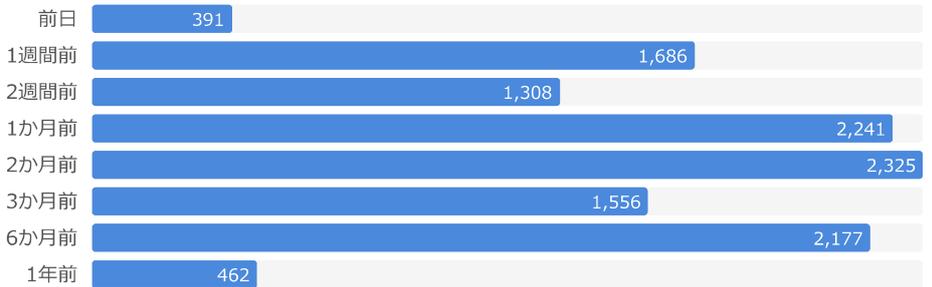


7. 仙北エリア

🔦 一コマモ

【超早期予約が特徴】

「角館の桜」を目当てに、半年以上前（6か月前・1年前）から予約が入る特殊なエリアです。年明け早々からの春シーズン販売準備が必須です。

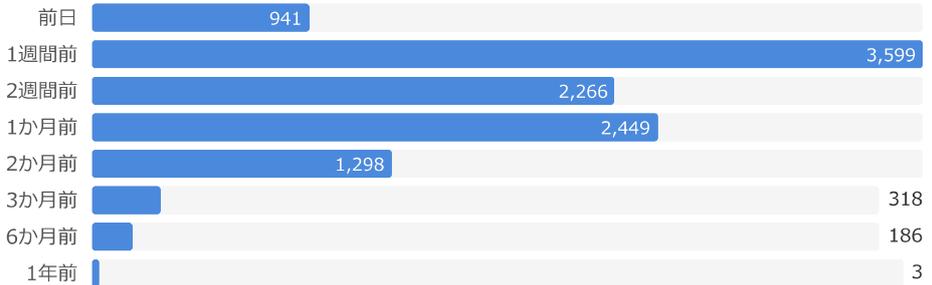


8. 横手エリア

🔦 一コマモ

【圧倒的な直前型】

1週間前の予約が3,500件超と圧倒的です。横手公園の桜やGWの小旅行など、天候を見ながらの予約に対し、直前の在庫アピールが重要です。

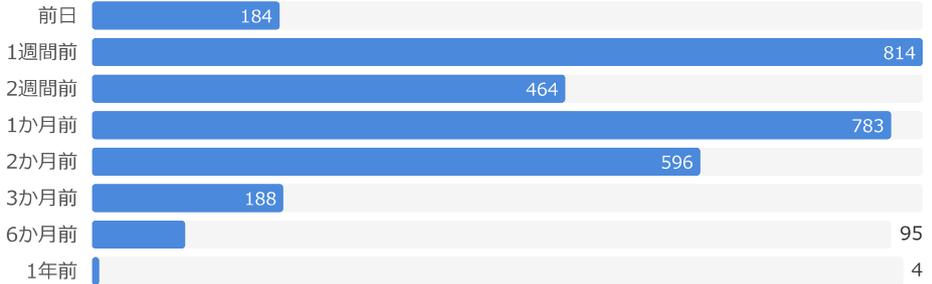


9. 湯沢・雄勝エリア

🔦 一コマモ

【1週間前が最多】

1週間前が最多で、次いで1か月前です。GWの帰省や小安峡等の観光需要に対し、直前・早期双方のアプローチを取りこぼさない対策が必要です。

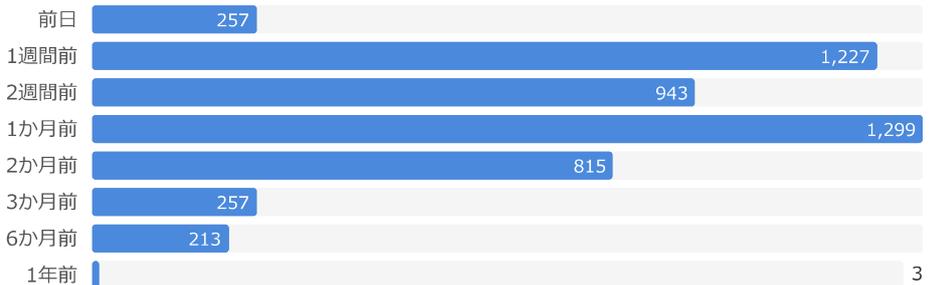


10. 由利・にかほエリア

🔦 一コマモ

【バランスの良い需要】

1か月前と1週間前が高水準で、バランス型です。鳥海山ブルーライン開通や象潟の桜など春の観光素材に合わせ、幅広い時期に発信を行いましょう。



単価層別傾向（価格受容性）レポート

対象期間：2025年3月～2025年5月 春季分析

出典：宿泊データ分析システム

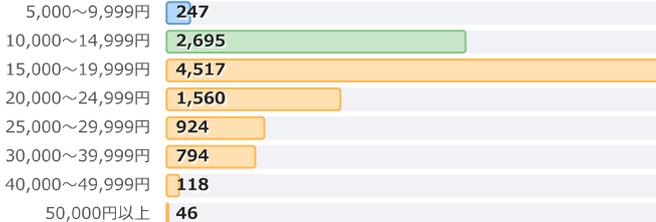
■ グラフ配色の見方（価格帯の傾向）

- 手軽（素泊まり・朝食付等）
- 10,000～14,999円：標準（2食付きスタンダード等）
- 15,000円以上：高付加価値（特別室・体験付等）

鹿角エリア

【一ロメモ】

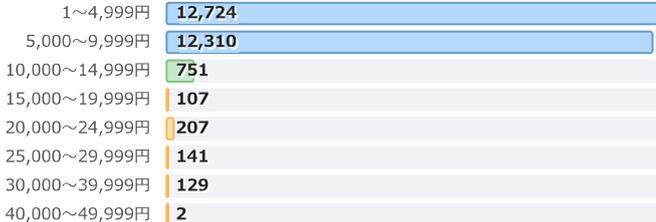
1.5～2万円の高単価層が最大ボリューム。4月中旬の「八幡平アスピーテライン」開通による雪の回廊や、十和田湖の春山観光が鍵です。桜前線に合わせたドライブ旅行の提案で、高単価層の満足度を高めましょう。



大館・北秋田・小坂エリア

【一ロメモ】

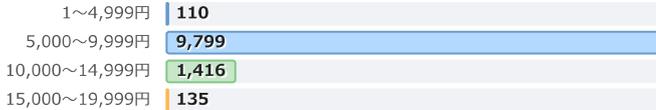
1万円未満が中心。春はビジネス需要に加え、大館の桂城公園や北秋田の桜並木が見頃を迎えます。比内地鶏など「食」の魅力で単価アップを狙いつつ、GWの帰省・行楽需要を取り込みましょう。



能代・山本エリア

【一ロメモ】

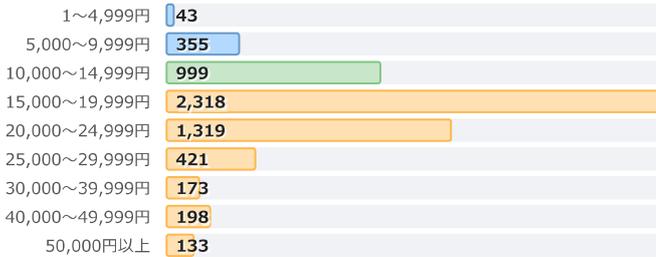
5千～1万円が主力。能代公園の桜や、「白神山地」の山開き（春）が観光の目玉。残雪と新緑のコントラストを楽しめるジオパークツアーなど、春ならではの体験付プランが有効です。



男鹿エリア

【一ロメモ】

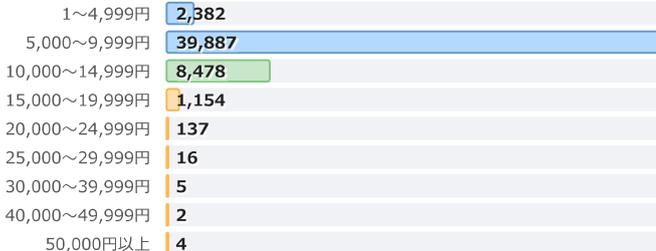
1.5～2万円の高単価層が好調。男鹿の春は、真山神社の椿や桜、海鮮グルメ（春のタイまつり等）が魅力。GWのファミリー層や、男鹿水族館G A Oへの来訪者に向けた高付加価値プランが収益を牽引します。



秋田・南秋エリア

【一ロメモ】

5千～1万円が圧倒的。「千秋公園」の桜まつりは県内屈指の集客力を誇ります。春のイベントや学会・ビジネス需要も多いため、アクセス利便性と朝食の質を訴求し、連泊需要を喚起しましょう。



単価層別傾向（価格受容性）レポート

対象期間：2025年3月～2025年5月 春季分析

出典：宿泊データ分析システム

■ グラフ配色の見方（価格帯の傾向）



～9,999円：ビジネス・手軽
(素泊まり・朝食付等)



10,000～14,999円：標準
(2食付きスタンダード等)



15,000円以上：高付加価値
(特別室・体験付等)

大仙・美郷エリア

【一ロメモ】

5千～1万円が中心。「大曲の花火～春の章～」や、大仙・美郷エリアの桜名所巡りが強み。美郷町のラベンダー園開園前の春の花々や、湧水群散策など、のんびりした春旅プランが推奨されます。

1～4,999円	1,994
5,000～9,999円	10,027
10,000～14,999円	411
15,000～19,999円	40
20,000～24,999円	7
25,000～29,999円	5
30,000～39,999円	3

仙北エリア

【一ロメモ】

1.5～2万円など高価格帯が厚い一方、低価格帯も増加。「角館の武家屋敷通り」のしだれ桜は世界的観光資源。桜シーズンの特別会席や、乳頭温泉郷の春山プランで更なる単価向上を。

1～4,999円	11,676
5,000～9,999円	1,649
10,000～14,999円	4,514
15,000～19,999円	6,444
20,000～24,999円	2,911
25,000～29,999円	1,305
30,000～39,999円	781
40,000～49,999円	825
50,000円以上	192

横手エリア

【一ロメモ】

5千～1万円が最多。横手公園の桜に加え、春のいちご狩りなどフルーツ王国ならではの体験が魅力。増田の内蔵の春公開や、横手やきそば等のB級グルメをフックに、周遊型の滞在プランを強化しましょう。

1～4,999円	1,507
5,000～9,999円	16,541
10,000～14,999円	882
15,000～19,999円	97
20,000～24,999円	9

湯沢・雄勝エリア

【一ロメモ】

5千～1万円が中心。小安峡大噴湯の雪解け増水と新緑は圧巻の景色。春の山菜料理や、泥湯・秋の宮温泉郷での湯治体験など、大人の休日を提案することで、平日稼働の底上げが期待できます。

1～4,999円	2,711
5,000～9,999円	7,416
10,000～14,999円	1,330
15,000～19,999円	803
20,000～24,999円	248
25,000～29,999円	15

由利・にかほエリア

【一ロメモ】

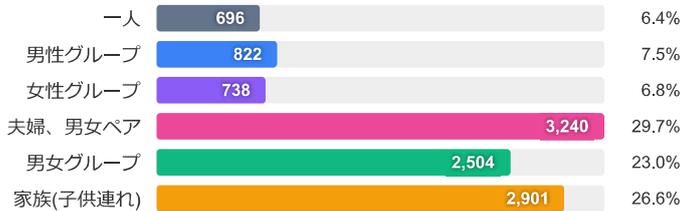
5千～1万円が主力。「鳥海ブルーライン」開通による雪の回廊や、勢至公園の桜、菜の花畑など、フォトジェニックな春の絶景が豊富。絶景ドライブとセットにした地魚プランで集客を図りましょう。

1～4,999円	239
5,000～9,999円	9,414
10,000～14,999円	1,447
15,000～19,999円	1,056
20,000～24,999円	410
25,000～29,999円	108
30,000～39,999円	31

旅行形態別宿泊傾向

対象期間：2025年3月～2025年5月 春季分析
エリア：県北・県央エリア

鹿角エリア

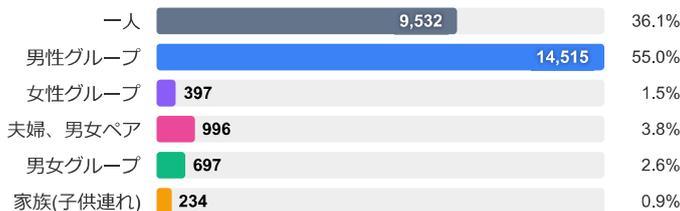


総宿泊者数: 10,901人

一コマメモ

「夫婦・ペア」「家族」の割合が高く、春の行楽需要が表れています。4月の八幡平アスピーテライン開通（雪の回廊）やGWのドライブ需要が鍵です。道の駅と連携した春のグルメマップ等の配布が有効です。

大館・北秋田・小坂

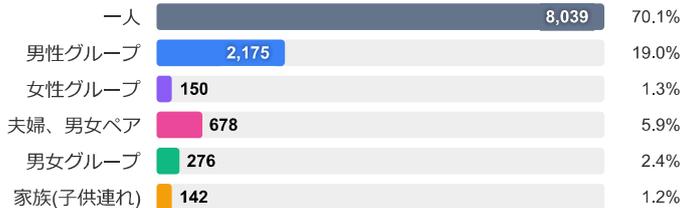


総宿泊者数: 26,371人

一コマメモ

「男性グループ」「一人」が圧倒的多数です。年度末・年度始めのビジネスや工事関係の長期滞在が中心と推測されます。連泊者向けに、日替わりの朝食メニューや、夜桜スポットの案内で満足度向上を。

能代・山本エリア

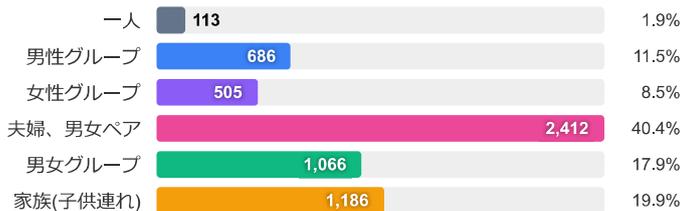


総宿泊者数: 11,460人

一コマメモ

「一人」利用が8千人超と主軸です。ビジネス利用に加え、春の白神山地散策の拠点としてのポテンシャルもあります。お一人様でも気軽に利用できる地酒プランや、翌朝の早出に対応したサービスが喜ばれます。

男鹿エリア

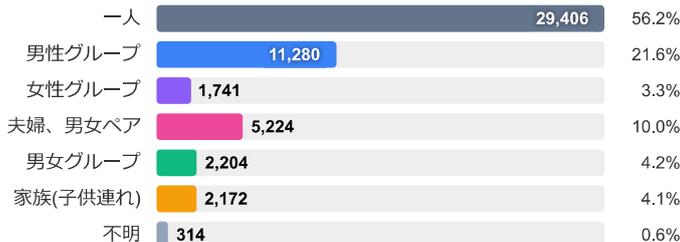


総宿泊者数: 5,968人

一コマメモ

「夫婦・ペア」「家族」が中心です。春の男鹿半島ドライブや水族館GAOへの来訪が動機と考えられます。春季限定の海鮮丼フェアなど、食の魅力を前面に出したペア・ファミリー向けプランが効果的です。

秋田・南秋田エリア



総宿泊者数: 52,341人

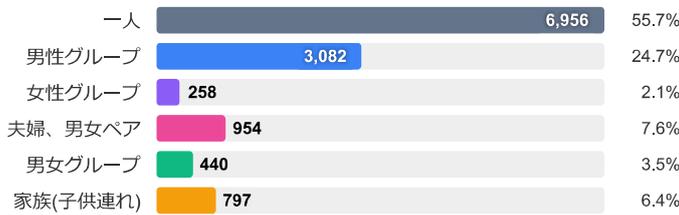
一コマメモ

「一人」が約3万人と最多ですが、「男性G」や「夫婦」も多く多様な客層です。千秋公園の桜まつり期間は観光客が増加します。ビジネス客を週末の観光へ誘導する「花見+宿泊」の提案が稼働率底上げに繋がります。

旅行形態別宿泊傾向

対象期間：2025年3月～2025年5月 春季分析
エリア：県南・由利エリア

大仙・美郷エリア

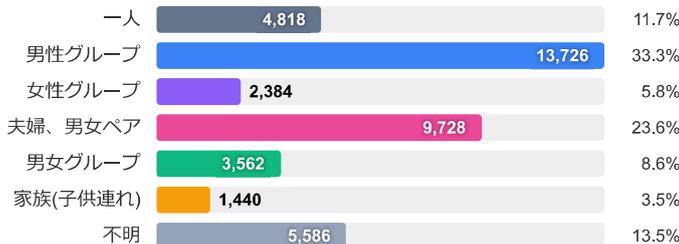


総宿泊者数: 12,487人

一コマメモ

「一人」利用が中心ですが、「男性グループ」も一定数存在します。GWの大曲の花火「春の章」開催時は需要が急増します。イベント情報の事前発信と、会場へのアクセス案内を強化することで予約獲得に繋がります。

仙北エリア

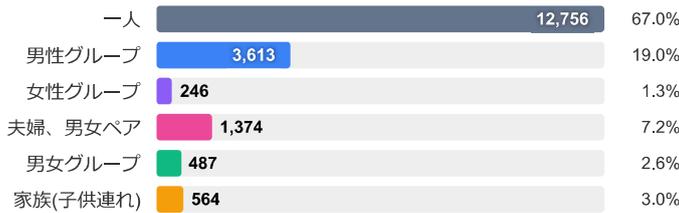


総宿泊者数: 41,244人

一コマメモ

「男性G」「夫婦・ペア」が非常に多く、角館の桜やGW観光のピークが見て取れます。特に夫婦層には、混雑を避けた早朝観賞プランや、貸切風呂付きのゆったり滞在プランが高単価でも支持されやすい時期です。

横手エリア

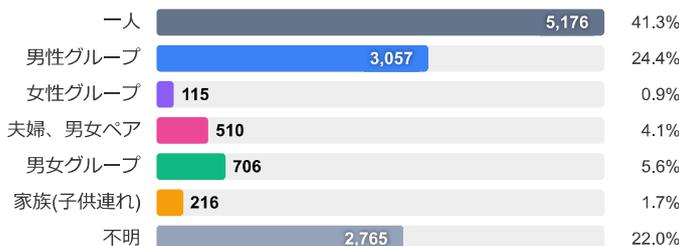


総宿泊者数: 19,040人

一コマメモ

「一人」利用が1.2万人超と突出。県南のビジネスハブとしての機能が強いです。一方で横手公園の桜など観光資源もあります。ビジネス客のリピートを狙い、春限定の郷土料理小鉢サービスなどで差別化を。

湯沢・雄勝エリア

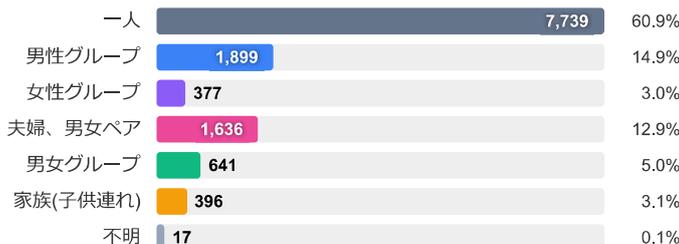


総宿泊者数: 12,545人

一コマメモ

「一人」と「男性グループ」が中心です。小安峡などの景勝地は新緑シーズンに向けて需要が高まります。春の山菜料理を売りにしたプランや、近隣の酒蔵開放イベント等と連携した発信が有効です。

由利・にかほエリア



総宿泊者数: 12,705人

一コマメモ

「一人」利用が最多ですが、「夫婦」や「男性G」も健闘しています。鳥海ブルーラインの開通（4月下旬）に合わせたドライブ旅行の拠点として訴求可能です。絶景スポットマップの提供が喜ばれます。

データ提供やその他の分析に関するお問合せ先

参加宿泊事業者が直接利用できない「旅行者データ分析システム」と「広域データ分析システム」のデータ提供依頼や、「宿泊データ分析システム」のデータの見方やその他の分析手法に関しては、下表のとおり各宿泊施設の所在する市町村に応じて、秋田県観光連盟や各観光地域づくり法人（DMO）にお問い合わせください。

施設の所在する市町村	連絡先
鹿角市・小坂町	株式会社かづの観光物産公社 DMO推進室 (地域連携DMO) ✉ kazunodmo@k-dmo.co.jp ☎ 0186-22-0520
大館市・北秋田市・上小阿仁村・小坂町	一般社団法人秋田犬ツーリズム (地域連携DMO) ✉ info@visitakita.com ☎ 070-2020-3085
能代市・藤里町・三種町・八峰町	一般社団法人あきた白神ツーリズム (地域連携DMO) ✉ akita-shirakami@as-t.jp ☎ 0185-74-7115
男鹿市	株式会社おが地域振興公社 DMO推進室 (地域DMO) ✉ i.suzuki@namahage.co.jp ☎ 0185-47-7150
秋田市・潟上市・大潟村・八郎潟町・五城目町・井川町	一般社団法人秋田県観光連盟 (地域連携DMO) ✉ info@akita-kanko.com ☎ 018-860-2270
大仙市・美郷町	一般社団法人秋田県観光連盟 (地域連携DMO) ✉ info@akita-kanko.com ☎ 018-860-2270
仙北市	一般社団法人田沢湖・角館観光協会 (地域DMO) ✉ info@tazawako-kakunodate.com ☎ 0187-42-8280
横手市	一般社団法人横手市観光推進機構 (地域DMO) ✉ info@yokote-kankou.jp ☎ 0182-38-8652
湯沢市・羽後町・東成瀬村	一般社団法人秋田県観光連盟 (地域連携DMO) ✉ info@akita-kanko.com ☎ 018-860-2270
由利本荘市・にかほ市	一般社団法人秋田県観光連盟 (地域連携DMO) ✉ info@akita-kanko.com ☎ 018-860-2270